

RECEPTION ANALYSIS REMAJA PADA FTV SINEMA SIANG SCTV
(Studi Reception Analysis Remaja tentang Identitas Remaja di FTV
“Indahnya Cinta Pertama” SCTV)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur



Oleh :

Yosua Aristian Hendra

1043010007

YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
2013

KATA PENGANTAR

Rasa syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala karunia yang diberikan, sehingga skripsi dengan judul “RECEPTION ANALYSIS REMAJA PADA FTV SINEMA SIANG SCTV” dapat penulis susun dalam ajuan syarat kelulusan dan memperoleh gelar sarjana. Ada pun ucapan terima kasih kepada Dra. Dyva Claretta, M.Si sebagai dosen pembimbing yang telah sabar membimbing penulis dalam penulisan skripsi ini.

Pada penulisan skripsi ini, penulis telah mendapatkan bantuan, bimbingan, dukungan dan inspirasi yang telah diberikan. Sehingga penulis sampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Dra. Ec. Hj. Suparwati, Msi. Sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
 2. Juwito, S. Sos, Msi. Sebagai Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
 3. Dra. Sumardjiati, M.Si selaku dosen wali yang selalu memberikan dorongan motivasi bagi penulis untuk cepat lulus.
 4. Bu Syafrida Nurrachmi F, S.Sos, M.Med.Kom yang selalu memberi semangat, motivasi, inspirasi, ilmu dan pengalaman, serta banyak sekali referensi untuk menyelesaikan skripsi ini.
 5. Keluarga tercinta, Papa Samuel dan Mama Mery yang selalu memberikan semangat dan dukungan serta memotivasi penulis untuk cepat lulus.
- Terima kasih atas kasih sayangnya. Buat Ce Hana, terima kasih sudah

menjadi kakak yang baik. Alm. Akung, Ahu, Aqiu, Ai, Akhem, Ichang, dan semua sepupu serta keluarga wiguna terima kasih buat dukungan doa dan semangatnya.

6. Teman seperjuangan dari semester satu hingga pengerjaan skripsi Zakiyah jamal & Briefing Umbara “Thanks for being my best friend, we come together and now time for getting graduated”. Buat Fitra Herdian alias Ahonk, Terima Kasih buat Support nya, Ayo kamu juga buruan lulus. And Mas Windrey, Thanks for sharing time dan semua pinjaman referensinya. UPN Televisi 9 Crew, Pipit, Icha, Yayas, Enta, Kiki Bonek, Repo, Riri.
7. Buat Special Media “UPN Televisi” Semangat Dalam Berkreasi. Lanjutkan Perjuangan yang tertunda. Terima Kasih sudah menjadi keluarga kedua bagi penulis. Aji, Yuli, Kiki, Lukman, Shima, Gana, Widya, Firda, Erdja, Arief, Fikri, Koes, Faiz, dan yang lainnya, semangat Rek !! tetap bimbing adik - adik AM ya !
8. Informan FGD yang luar biasa, Riski, Mentari, Dara, Fitra, Sisil, Kiki, bayu terima kasih buat waktunya.
9. Bu Ade, Bu Heidy, Bu Ririn, Pak Zam-Zamy, Bu Herlina, Pak didik, Pak Kusnarto, Pak Saifuddin, Abi, Pak Catur, Bu Diana dan semua dosen Ilmu Komunikasi – FISIP UPN Veteran Jatim.
10. Serta Teman-teman Jurusan Ilmu Komunikasi khususnya angkatan 2010 dan seluruh pihak yang terkait dalam pengerjaan skripsi ini.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Segala saran dan kritik membangun, sangat penulis harapkan demi kebaikan skripsi ini.

Surabaya, November 2013

Yosua Aristian Hendra

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN SKRIPSI	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAK	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	11
1.3. Tujuan Penelitian	11
1.4. Manfaat Penelitian	11
1.4.1. Secara Teoritis	11
1.4.2. Secara Praktis	11
1.4.3. Secara Sosial	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
2.1. Penelitian Terdahulu	13
2.2. Televisi dan Perkembangannya	16
2.2.1. Televisi dan Budaya Populer	18

2.2.2. Khalayak “Pemirsa” Televisi.....	20
2.2.3. Televisi di Indonesia	23
2.2.4. Dampak Kehadiran Televisi	26
2.3 Remaja sebagai Khalayak Televisi.....	28
2.3.1. Identitas Remaja	30
2.3.2. Gaya Hidup Remaja dan Televisi.....	32
2.4 Film Televisi (FTV) dan Perkembangannya di Indonesia	34
2.4.1 FTV Indahnya Cinta Pertama	37
2.5 Media dan Culture Studies	40
2.6 Reception Analysis	43
2.7 Kerangka Berpikir.....	47
BAB III METODE PENELITIAN	49
3.1. Metode Penelitian.....	49
3.2 Definisi Konseptual.....	50
3.2.1. Reception Analysis.....	52
3.2.2 Identitas Remaja.....	53
3.2.3 FTV Indahnya Cinta Pertama	54
3.3 Informan Penelitian	55
3.4 Jenis Sumber Data	56
3.5 Teknik Pengumpulan Data	57
3.6 Teknik Analisis Data	58

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	59
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	59
4.2 Penyajian Data	61
4.2.1 Identitas Informan	62
4.3. Analisis data	69
4.3.1 Aktivitas Remaja Dalam Menonton Televisi.....	69
4.3.2 Remaja dan ketertarikan dalam Menonton FTV	71
4.3.3 Identitas diri Remaja pada FTV Sinema Siang SCTV	74
4.3.3.1 Gaya Hidup	75
4.3.3.2 Tingkah Laku	77
4.3.3.2 Model Pakaian	78
4.3.4 Identitas Remaja di FTV Indahnya Cinta Pertama SCTV	80
4.3.5 Pengaruh FTV dalam Kehidupan Remaja	81
4.3.6 Studi Kasus FTV “Indahnya Cinta Pertama”	84
4.4 Pembahasan	88
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	92
5.1 Kesimpulan	92
5.2 Saran	93
DAFTAR PUSTAKA.....	95
LAMPIRAN	98

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.4.1	38
Gambar 2.4.2	39
Gambar 2.4.3	39
Gambar 2.4.4	40

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
LAMPIRAN 1. Screen Question	98
LAMPIRAN 2. Interview Guide FGD.....	100
LAMPIRAN 3. Transkrip Focus Group Discussion.....	101
LAMPIRAN 4. Foto FGD di Café Boss Kupa Surabaya.....	123

ABSTRAK

YOSUA ARISTIAN HENDRA, RECEPTION ANALYSIS REMAJA PADA FTV Sinema Siang SCTV (Studi Reception Analysis Remaja tentang Identitas Remaja di FTV Indahnya Cinta Pertama SCTV)

Setelah munculnya berbagai macam saluran televisi, acara-acara di TV pun beragam, seperti Sinetron, Music, Talk show dan yang terbaru Film Televisi atau FTV. Penelitian ini didasarkan pada tayangan FTV Indahnya Cinta Pertama yang banyak menceritakan gaya hidup, tingkah laku, dan model pakaian remaja yang merupakan bagian dari identitas diri remaja, yang secara langsung ditampilkan oleh FTV. Tujuan penelitian ini yakni ingin mengetahui Reception Analysis Remaja pada Identitas Remaja di FTV Indahnya Cinta Pertama SCTV. Peneliti menggunakan studi Reception Analysis yang merupakan salah satu standar untuk mengukur khalayak media serta kajian makna pemahaman teks media. Peneliti menggunakan screening question dan focus group discussion atau FGD. Kesimpulan dari penelitian ini yakni identitas remaja yang ditampilkan oleh FTV Indahnya Cinta Pertama tidak sesuai dengan kehidupan nyata, dan yang ditampilkan oleh FTV sangatlah berlebihan dan terkesan dibuat – buat sehingga dapat mempengaruhi penerimaan remaja.

Kata Kunci : Reception Analysis, Identitas Remaja, FTV Indahnya Cinta Pertama SCTV

ABSTRACT

YOSUA ARISTIAN HENDRA, RECEPTION ANALYSIS OF TEENAGERS ON SCTV DAY CINEMA FTV (Study of Reception Analysis of Teenagers about Teenagers Identity on Indahnya Cinta Pertama FTV of SCTV)

After the emergence of various TV channels, the programs on TV were varied, such as Sinetron, Music, Talk shows and the latest are TV movies or FTV. The study was based on FTV Indahnya Cinta Pertama that were much tells about lifestyle, behavior, and teen clothing models that are the part of teenagers identity, which is directly shown by FTV. The purposes of this study are would like to find out the reception analysis of teenagers about teenagers identity on SCTV Indahnya Cinta Pertama FTV. The researcher was using reception analysis study that is one of standard to measuring media audiences as well as the meaning study of media texts understanding. The researcher used screening question and focus group discussion or FGD. The conclusion of this study are the teenagers identity that shown by Indahnya Cinta Pertama FTV does not correspond to the real life, and that is shown by FTV is excessive and impressed falsehood that may affect the teens reception.

Keywords: Reception Analysis, Teenagers Identity, Indahnya Cinta Pertama FTV of SCTV

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Televisi merupakan salah satu media massa yang tidak diragukan lagi, sebagai aktivitas pengisi waktu luang yang paling populer. Sebagai komponen yang telah masuk dalam prioritas kegiatan utama dibanyak rumah tangga, televisi dengan jangkauannya memiliki peran yang sangat besar. Berkat siaran yang luas dan mendalam, televisi mempunyai dampak yang besar dalam mengajar dan mendidik. (Effendy, 2008 : 4 - 10).

Televisi sebagai media telekomunikasi visual penerima siaran audio dan visual, sudah menjadi pemandangan biasa. TV kini bukan lagi barang mewah bagi sebagian besar penduduk di dunia. Semua warga negara yang ada di dunia ini pasti mengetahui TV. Dan hampir di setiap rumah, saat ini dipastikan memiliki TV.

(<http://www.tribunnews.com/tribunners/2012/02/01/dampak-positif-dan-negatif-menonton-televisi> diakses pada 29 Juli 2013).

Media televisi sebagaimana media massa lainnya, berperan sebagai alat informasi, hiburan, kontrol sosial, dan penghubung wilayah secara geografis. Selain itu dampak yang diberikan oleh televisi meliputi beberapa komponen seperti : acara televisi dapat mengancam dan menguatkan nilai sosial yang ada di masyarakat, serta televisi akan membentuk nilai-nilai sosial baru dalam kehidupan masyarakat. Selain itu ada dampak besar yang diberikan televisi melalui tayangan seperti FTV dan sinetron yakni dampak perilaku. Yang mana

dampak ini memberikan atau menanamkan nilai – nilai sosial budaya yang telah ditayangkan televisi ke dalam kehidupan manusia.

Pengaruh Televisi sampai saat ini masih terbilang kuat, dibandingkan media massa lainnya hal ini terjadi karena kekuatan bentuk audiovisual televisi yang menyentuh segi – segi kejiwaan manusia. Terlepas dari dampak negatif dan positif, televisi telah menjadi cerminan budaya tontonan bagi pemirsa dalam era informasi dan komunikasi yang berkembang pesat. (Kuswandi, 1996 : 98 -101).

Kodrat Televisi telah memiliki tayangan yang dianggap “baik” dan “bermoral” disamping mengandung tayangan yang dipandang buruk. Dalam hal ini berkaitan dengan fungsi dari televisi yakni mendidik dan menghibur. Namun seringkali harus mengalah dengan fungsi hiburan.

Lawak, kuis, sinetron, musik dan lainnya merupakan tayangan televisi yang bertemakan hiburan yang menyedot banyak pemirsa. Kehadiran pesawat televisi di tempat tinggal memberikan banyak pengaruh bagi pemirsa. Lantaran berbagai acara hiburan yang ditayangkan dalam televisi yang memikat dan menggiurkan. Saat ini banyak remaja (pelajar dan mahasiswa) yang sebagian waktunya dihabiskan untuk menikmati hiburan layar kaca televisi. (Abede Pareno, 2005 : 200 - 205)

Dikutip dari situs berita www.kompasiana.com, televisi saat ini merangsang semua lini kehidupan manusia. Perkembangan televisi berkembang pesat di Indonesia. Stasiun televisi cenderung membuat program acara yang mengikuti selera pasar agar bisa bersaing dengan channel lainnya, yang unggul

dalam persaingan yang sehat dan transparan adalah mereka yang bisa menawarkan kualitas yang lebih baik.

Sebagai media massa terpopuler saat ini, Televisi merupakan sebuah industri yang produknya berupa pesan, simbol, produk kreatif news, entertainment, drama, variety show, olahraga, komedi, talk show, magazine dan interactive. (<http://hiburan.kompasiana.com/televisi/2013/01/16/televisi-merangsang-semua-lini-kehidupan-manusia> diakses 29 Juli : 2013).

Tayangan yang sesuai dengan realita kehidupan dan sesuai dengan kepribadian bangsa, akan jauh lebih baik bagi pembentukan kepribadian anak dan remaja. Dengan demikian media informasi dan hiburan akan menjadi pendukung utama dalam proses belajar dan pembentukan kepribadian anak dan remaja bangsa ini. (<http://library.binus.ac.id/eColls/eThesisc/Bab1/2012-1-00385-MC%20bab%201.pdf>)

Maka dari itu televisi sudah menjadi kebutuhan masyarakat untuk mengetahui perubahan serta peristiwa yang terjadi di belahan dunia lain mulai dari film, berita hingga kemajuan teknologi yang tengah berlangsung. Oleh karena itu media televisi dibandingkan dengan media massa yang lain paling efektif dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. (Effendy, 1996 : 122)

Khalayak televisi dalam kehidupan sehari-hari disebut penonton atau pemirsa. Pemirsa (television watcher, television viewer) adalah sasaran komunikasi melalui siaran televisi yang karena heterogen, mereka berbeda bukan saja dalam usia dan jenis kelamin, tetapi juga dalam hal latar belakang sosial dan kebudayaan, pada gilirannya berbeda dalam pekerjaan, pandangan hidup, agama, dan

kepercayaan, pendidikan, cita – cita, keinginan, kesenangan (gaya hidup), dan lain sebagainya. Kegiatan pemirsa dalam menonton acara televisi merupakan kegiatan yang bertujuan untuk memenuhi tujuan mereka, baik kebutuhan berupa informasi maupun hiburan (Effendy, 1993 :8).

Televisi sebagai suatu perusahaan industri budaya dan menganut sistem kapitalisme, oleh karena itu dalam pengoperasiannya, televisi berusaha mempengaruhi pemirsa dengan menanamkan ideologinya ke benak para pemirsa melalui beragam tayangan yang sudah dikonstruksi sedemikian rupa hingga pemirsa tidak dapat berkutik dan bertekuk lutut pada acara-acara yang sengaja diciptakan dengan “segala cara” demi mendatangkan rating tinggi.

Berbagai macam program acara terlahir dari beberapa stasiun televisi yang saling bersaing dalam merebut hati pemirsanya, seperti Trans TV dengan program pemutaran film-film produksi Hollywood serta program varietyshow termehak-mehak, Trans-7 dengan program acara bukan empat mata yang dibawakan secara kocak oleh presenter Tukul, SCTV dengan FTVnya yang melantunkan gelora asmara anak muda dalam biasan cerita film televisi serta konser musik secara live lewat acara IN BOX, RCTI tak mau kalah dengan program sinetron berseri yang mengumbar cucuran air mata wanita dan perburuan harta warisan orang tua.(Dikutip dari artikel www.esaunggul.ac.id antara televisi dan gaya hidup oleh Teguh Imanto)

Pada dasarnya sinetron remaja banyak menampilkan remaja yang hidup di kalangan kelas atas dan selalu mempunyai konflik utama yang sama yaitu problema cinta. Tayangan sinetron remaja di televisi swasta kita banyak

menggambarkan gaya hidup metropolitan yang senantiasa glamor. Pakaian, model rambut, sepatu bahkan make up yang dikenakan oleh artisnya banyak yang berkiblat dari mode barat, yang bercirikan mini dan seksi. (<http://library.binus.ac.id/eColls/eThesisdoc/Bab1/2012-1-00385-MC%20bab%201.pdf>)

Beberapa waktu terakhir ini, banyak stasiun televisi yang memberikan suguhan acara yang menarik untuk ditonton. Namun di era 2013 ini, beberapa stasiun televisi berlomba – lomba membuat film televisi atau biasa yang disebut FTV. SCTV dan RCTI adalah stasiun televisi yang saat ini yang bersaing dalam memproduksi program FTV. Di Indonesia, FTV muncul sejak tahun 1995 yang dipelopori oleh SCTV, hal ini ditujukan untuk menjawab kejenuhan pemirsa tentang sinetron yang semakin marak di Indonesia. ([http://id.wikipedia.org/wiki/Film televisi](http://id.wikipedia.org/wiki/Film_televisi) diakses 29 Juli 2013)

Dilansir oleh liputan 6 melalui situs <http://showbiz.liputan6.com> menyampaikan bahwa FTV sebagai bentuk lain dari film mengalami kemajuan yang sangat pesat dalam 5 tahun terakhir ini, dan mampu memberikan warna dalam dunia hiburan tanah air. SCTV dan RCTI adalah stasiun televisi yang konsisten mengusung FTV sebagai program andalan sekaligus menjadi trendsetter dalam perkembangan FTV itu sendiri.

Dikutip berdasarkan harian umum singgalang, bagi sebagian masyarakat, pemirsa televisi, semua tayangan entah itu film, talkshow, musik atau iklan telah menjadi trendsetter gaya hidup. Pemirsa tergila-gila dengan gaya bintang film, bintang iklan atau pemandu talkshow dan musik. Kegilaan pemirsa terwujud dari

model rambut, pakaian, sampai gaya bahasa pembicaraan yang digunakan sehari-hari. Televisi (TV) sebagai media informasi dan komunikasi telah memperkenalkan sekaligus mempropaganda budaya di tayangan menjadi realitas massa.

Budaya yang diciptakan tim kreatif TV mengalir bagai air bah, karena media ini dianggap memiliki kekuatan yang luar biasa sehingga khalayak tidak mampu membendung informasi yang dilancarkan. Tak bisa dipungkiri lagi, gaya berpakaian dan rambut menjadi trendsetter pemirsa TV Indonesia. Para remaja berpakaian mini dan terbuka memperlihatkan bagian-bagian sensitif tubuhnya ketika berkunjung ke tempat umum bahkan les ke sekolah seakan menjadi hal yang biasa. (<http://hariansinggalang.co.id/televisi-dan-gaya-hidup/>)

Remaja sendiri berdasarkan Monks et. Al. dalam bukunya psikologis perkembangan, menyebutkan bahwa remaja memiliki batas usia yakni antara 12 – 21 (Monks et. Al. 2002 : 260) Remaja merupakan sebagai massa transisi antara berakhirnya masa kanak – kanak dan menuju ke masa dewasa.

Kalangan remaja yang termasuk dalam kelompok ini adalah remaja yang secara psikologis, merupakan individu, baik laki – laki maupun perempuan dengan batasan usia antara 11 – 24 tahun adalah khalayak yang sangat potensial untuk diterpa media termasuk film. Remaja sebagai bagian dari lingkaran sistem sosial diartikulasikan oleh gaberg (1992) dalam wacana lain berbentuk musik, gaya hidup, dan lainnya. (dikutip : Remaja dan gaya hidup dalam film Indonesia oleh IGAK Satrya Wibawa, S.Sos – Lembaga Penelitian Univ. Airlangga).

Remaja dan gaya hidup inilah yang menjadi strategi industri yang utama. Termasuk di dalamnya film televisi atau FTV. FTV yang bertemakan remaja seringkali menambahkan persoalan-persoalan besar, cara berpakaian dan berpenampilan, sebagai pemanis atau bumbu penarik untuk tetap mengahdirkan FTV yang “apik” sehingga penonton tidak kehilangan cerita dibalik setiap episode FTV.

Salah satu contoh identitas diri para remaja yang mengikuti mode orang barat dalam kehidupan sehari-hari adalah masalah " Berpakaian ". Masalah berpakaian para remaja masa kini selalu dikaitkan dengan perkembangan zaman dan teknologi. Karena, sebagian remaja Indonesia khususnya, dalam berpakaian selalu mengikuti mode yang berlaku.

Selain itu, FTV, Film Televisi, yang hadir hampir setiap hari tayang ini selalu menyajikan cerita cinta yang unik dan tidak ‘biasa’. Unik dan tidak ‘biasa’ yang dimaksud disini adalah ceritanya yang terkadang terlalu mengada-ada dan sulit dicerna oleh nalar. Misalnya, seorang perempuan cantik yang berprofesi sebagai supir atau pembantu rumah tangga yang kemudian jatuh cinta kepada majikannya.

Atau ada juga perempuan kaya yang jatuh cinta kepada satpam ganteng, tukang sate ganteng, dsb. Selain itu, ada juga cerita seorang pemeran utama yang menyamar dengan menggeluti profesi apapun untuk mendapatkan pujaan hatinya. Terkadang cerita dalam FTV pun mencontek cerita-cerita drama serial luar, bedanya hanya dalam bentuk tayangan yang lebih

singkat. (<http://klinikmedia.blogdetik.com/2012/04/19/tayangan-ftv-dinilai-tidak-masuk-akal/> diakses pada 8 september 2013)

Dari serial FTV atau sinetron remaja saja misalnya. Banyak ketimpangan yang mempengaruhi perilaku masyarakat dari apa yang disajikan oleh tayangan FTV. Dari cara berpakaian saja, kita sering kali melihat bagaimana model seragam anak sekolah yang sangat tidak sesuai dengan norma-norma kesopanan yang ada. Seperti baju dikeluarkan, rok yang pendek dan rambut yang gondrong. (<http://hiburan.kompasiana.com/televisi/2012/04/03/sudah-terlalu-banyak-korban-kamuflase-televisi-sisi-negatif-tayangan-televisi-saat-ini-447193.html> diakses pada 8 september 2013)

Bahkan yang lebih menyedihkan, di stasiun-stasiun televisi banyak ditampilkan contoh gaya hidup dalam berpakaian para remaja yang mengikuti mode orang barat. Otomatis bukan hanya remaja metropolitan saja yang mengikuti mode tersebut, tetapi juga orang-orang yang berada dalam perkampungan atau pedalaman. (<http://beritanet.com/Event/Best-of-Content-Contest2009/Remaja.html>)

Hal tersebut saat ini yang menjadi fenomena menarik bagi yang terlibat dalam produksi FTV di Indonesia. Produser FTV melihat bahwa tema cinta dan remaja menjadi salah satu tema yang paling sering ditayangkan dan tetap menjadi pilihan yang relatif lama dan sukses menjadi FTV unggulan dan terfavorite dalam ajang FTV AWARD tahun 2011, FTV yang berjudul “WANTED : PACAR KAYA DAN GANTENG”. (<http://showbiz.liputan6.com/read/340908/inilah-20-unggulan-ftv-awards-2011> diakses pada 29 juli 2013)

Sukses ini tentu saja menjadi sebuah fenomena besar bagi industri film televisi Indonesia. Tak heran di tahun 2013 ini semakin banyak film televisi yang bermunculan bahkan ikut menjadi trendsetter bagi para penontonnya. Para produser film televisi, melirik pasar FTV dengan tema anak sma, cinta, galau sampai dengan kehidupan remaja untuk mengikuti jejak FTV yang sudah sukses sebelumnya, seperti FTV yang ditayangkan oleh SCTV yang berjudul “Indahnya Cinta Pertama”.

Hampir semua produk film televisi di Indonesia bertema remaja dan cinta. Yang mana saat ini remaja menjadi target dari program tayangan televisi. Kemudian bagaimanakah dengan gaya hidup yang terlihat dalam FTV unggulan “WANTED : PACAR KAYA DAN GANTENG”, bagaimana kehidupan percintaan yang diperlihatkan oleh artis Shareena dan Eza gionino yang menjadi trend percintaan. Serta bagaimana gaya berpakaian, gaya berbicara dan juga bersekolah ala Blinkz dalam FTV utama Indahnya Cinta pe tersebut.

Yang paling tampak adalah gaya hidup remaja dalam FTV Indahnya Cinta Pertama yakni bagaimana remaja bersekolah yang dijadikan sebagai tempat nongkrong, selain itu sikap remaja dalam FTV saat berpamitan dengan orang tua, ada yang teriak “Ma, Pa, berangkat ya !! aku telat nih” atau ada yang mencium pipi orang tua sambil memeluk. Selain itu gaya bahasa “gaul” yang terdengar seperti pengucapan kata – kata, “ciyus ??masalah buat gue..”, “ih, loe itu pagar makan tanaman banget....”, “gue bête nih sama bokap nyokap....”. dan masih banyak adopsi khas remaja lainnya yang terdapat dalam FTV tersebut.

Hal ini menimbulkan pertanyaan yang menarik untuk diteliti. Peneliti memilih topik ini karena ingin mengetahui bagaimana FTV Indonesia yang bertema remaja tersebut menimbulkan penerimaan terhadap identitas remaja para penonton khususnya remaja.

Hal ini sesuai menurut kutipan : (Remaja dan gaya hidup dalam film Indonesia oleh IGAK Satrya Wibawa, S.Sos – Lembaga Penelitian Univ. Airlangga) yang mengatakan bahwa kalangan remaja yang termasuk dalam kelompok ini adalah remaja yang secara psikologis, yang mana merupakan individu, baik laki – laki maupun perempuan dengan batasan usia antara 11 – 24 tahun adalah khalayak yang sangat potensial untuk diterpa media termasuk film.

Peneliti juga melihat bahwa remaja saat ini, memiliki identitas diri mengikuti trend di FTV. Dengan membeli pakaian mirip artis FTV sampai dengan gaya berpacaran serta berperilaku mereka. Dalam penelitian ini, peneliti sebelumnya telah melakukan observasi di lingkungan sekitar serta menyaksikan tayangan FTV bertema remaja. Selain itu peneliti akan melakukan screening question dan focus group discussion untuk mengetahui bagaimana Reception Analysis Remaja pada Identitas Remaja di FTV Indahnya Cinta Pertama SCTV ?

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian Latar Belakang Masalah, diatas maka dirumuskan masalah sebagai berikut Bagaimana Reception Analysis Remaja tentang Identitas Remaja di FTV Indahnya Cinta Pertama SCTV ?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Reception Analysis Remaja pada Identitas Remaja di FTV Indahnya Cinta Pertama SCTV.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Teoritis

Penelitian ini memberikan sumbangan pemikiran pada ilmu komunikasi dalam analisis penerimaan, khususnya media massa televisi sehingga dapat dimanfaatkan sebagai saran yang berguna bagi kegiatan penelitian informal ilmu komunikasi selanjutnya. Selain itu, penelitian ini juga dapat dijadikan referensi tambahan kajian culture studies. Serta mengungkapkan Televisi dan program acaranya yaitu FTV dalam mempengaruhi penontonnya, yakni remaja.

1.4.2 Praktis

Secara praktis, penelitian ini dapat berguna bagi pihak praktisi atau pembuat Film Televisi yang hendak memproduksi sebuah FTV yang tayang di televisi. Khususnya yang bertemakan remaja yang nantinya akan di jadikan tayangan hiburan bagi pemirsa, khususnya khalayak.

1.4.3 Sosial

Secara sosial, hasil penelitian ini diharapkan dapat membuka kesadaran bagi remaja untuk lebih kritis dan tidak mudah menerima secara langsung tayangan – tayangan program acara televisi khususnya FTV yang dapat mengubah serta mempengaruhi identitas remaja.